

ТЕОРІЯ “ОБЛИЧЧЯ” ЯК МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ ВВІЧЛИВОСТІ ТА НЕВВІЧЛИВОСТІ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

О.Ю. Малая, канд. філол. наук (Харків)

У статті представлено критичний огляд різних інтерпретацій теорії “обличчя”: “обличчя” як сутність, що конструюється ззовні, адресатом; “обличчя” як сутність, що конструюється зсередини, мовцем; “обличчя” як сутність, що конструюється інтерактивно, і мовцем, і адресатом у процесі комунікації. Розглядаються проблемні аспекти теорії “обличчя” – онтологічний і культурологічний. Аналізується специфіка дослідження “роботи з обличчям” у інтернет-просторі.

Ключові слова: “обличчя”, ввічливість, неввічливість, стратегія, мовленнєвий акт, інтернет-дискурс.

Малая О.Ю. Теория “лица” как методологическое основание исследования реализации стратегий вежливости и невежливости в немецкоязычном интернет-дискурсе. В статье представлен критический обзор разных интерпретаций теории “лица”: “лицо” как сущность, конструируемая извне, адресатом; “лицо” как сущность, конструируемая внутренне, говорящим; “лицо” как сущность, конструируемая интерактивно, и говорящим, и адресатом в процессе коммуникации. Рассматриваются проблемные аспекты теории “лица” – онтологический и культурологический. Анализируется специфика исследования “работы с лицом” в интернет-пространстве.

Ключевые слова: “лицо”, вежливость, невежливость, стратегия, речевой акт, интернет-дискурс.

Malaya O.Y. “Face” Theory as a Methodological Ground for the Research of Politeness and Impoliteness Strategies Realization in German Internet-Discourse. In the paper we present a critical review of different conceptualizations of “face”: “face” as external entity to be constructed by the hearer; “face” as internal entity to be constructed by the speaker; “face” as an interactional entity to be constructed by the hearer and by the speaker in communication. We consider problem issues of the “face” theory: ontological and cultural ones. We also analyze the research features of “face-work” in Internet.

Key words: “face”, politeness, impoliteness, strategy, speech act, Internet-discourse.

При вивченні реалізації стратегій ввічливості та неввічливості у дискурсі більшість як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів спираються на теорію “обличчя”, проте і досі не вщухають суперечки науковців стосовно ряду проблемних питань, пов’язаних з цим терміном. Сам термін “обличчя” видається неоднозначним, і кожне з його трактувань породжує критичні зауваження, які не можна не враховувати досліднику у студіях ввічливості та неввічливості. Крім того, специфіка інтернет-спілкування вимагає перегляду та пристосування лінгвістичних теорій для їх використання у дослідженні інтернет-простору.

Актуальність проведеного аналізу обумовлена зростанням соціокультурної ролі інтернет-спілкування у сучасному житті, недостатньою вивченістю особливостей спілкування у інтернет-просторі та відповідністю наукового підходу сучасній когнітивно-комунікативній парадигмі у лінгвістиці.

Об’єктом аналізу у статті є різні аспекти теорії “обличчя”, а предметом – проблематизація теорії “обличчя” у її використанні для досліджень стратегій ввічливості і неввічливості у інтернет-дискурсі.

Мета цієї статті – проаналізувати стан розробки теорії “обличчя” на сучасному етапі у рамках

лінгвістичних студій та встановити релевантність цієї теорії для дослідження стратегій ввічливості і неввічливості у інтернет-дискурсі.

Матеріалом аналізу є роботи зарубіжних та вітчизняних лінгвістів, що досліджують стратегії ввічливості та неввічливості у дискурсі, спираючись на теорію “обличчя”.

Вперше поняття “обличчя” (*face*) було введено у науковий обіг соціологом Е. Гоффманом [7]. Він вважає “обличчя” позитивною соціальною цінністю, яку прагне мати індивід. Необхідно зазначити, що Е. Гоффман не розглядає “обличчя” як якість, притаманну особистості, це уявлення, створене у дії, уявлення, яке підтримується судженнями інших людей: „обличчя можна охарактеризувати як позитивну соціальну цінність, яку людина результативно стверджує для себе завдяки позиції, яку вона з точки зору інших зайняла під час певного моменту спілкування, <...> – образ, який поділяють інші” [7, с. 5].

Отже, “обличчя” постає як суспільне уявлення, яке індивід отримує від оточуючих. Щоб унебезпечити це уявлення, комуніканти виконують “роботу з обличчям” (*face-work*), намагаючись захистити своє “обличчя” або “обличчя” інших. Е. Гоффман виділяє два різновиди “роботи з обличчям”: процес уникнення потенційних актів, що загрожують “обличчю” (*face threatening acts*) і процес корекції.

Проте при подальшій розробці концепції Е. Гоффмана у лінгвістичних студіях термін “обличчя” набуває дещо іншого значення. Створюючи свою теорію ввічливості, лінгвісти П. Браун і С. Левінсон розглядають “обличчя” як своєрідний соціальний імідж [6]. На відміну від теорії Е. Гоффмана, “обличчя” з погляду П. Браун і С. Левінсона не є суспільним уявленням, яке індивід отримує лише під час спілкування. Навпаки, П. Браун і С. Левінсон стверджують, що “обличчя” – це уявлення людини про себе (*self-image*), яке належить безпосередньо людині, її самості. Якщо Е. Гоффман розуміє під “обличчям” результат спілкування, то П. Браун і С. Левінсон – прагнення індивіда. Таким чином, вважається, що “обличчя” у Е. Гоф-

фмана – міжособистісне уявлення, у той час як “обличчя” П. Браун і С. Левінсона – самоуявлення [16]. Такий дуалізм “обличчя” як а) сутності, що створюється ззовні індивіда (зовнішнє “обличчя”) і б) сутності, що створюється у свідомості індивіда (внутрішнє “обличчя”) не викликав би методологічних проблем у дослідників, якби не певне змішування цих понять у теорії П. Браун та С. Левінсона. Так, Дж. О’Дрісколл зазначає, що подекуди П. Браун і С. Левінсон використовують цей термін у гоффманівському розумінні, стверджуючи, що “обличчя” можна підтримувати або втратити [17, с. 6]. Подібної плутанини за дослідження стратегій ввічливості та неввічливості легко уникнути, визнавши існування обох аспектів “обличчя” – як внутрішнього, так і зовнішнього.

Наступною проблемою, що постає перед дослідником (не)ввічливості, є поділ “обличчя” на позитивне та негативне. Теорія П. Браун і С. Левінсона ґрунтується на моделі спілкування Г.П. Грайса [8], за якою спілкування є раціональним та цілеспрямованим. Вони пропонують модель ввічливості, що має пояснювати відхилення у нашому спілкуванні від принципу кооперації Г.П. Грайса. За їх теорією, кожен з комунікантів має “обличчя”, що складається з двох аспектів – позитивного та негативного. Позитивне “обличчя” визначається як “позитивна складова самообразу, тобто “особистості” (визначальною для якої є бажання, щоб цей образ цінували та схвалювали)” [6, с. 61]. Негативне “обличчя” визначається як прагнення людини “захистити свої межі, право на особисту недоторканність, не відчувати відволікання та реалізувати право на свободу дій та свободу від примусу” [6, с. 61].

Відповідно, П. Браун та С. Левінсон розрізняють стратегії позитивної ввічливості, спрямовані на зменшення загрози позитивному „обличчю” адресата, та стратегії негативної ввічливості, спрямовані на зменшення загрози негативному „обличчю” адресата. Необхідно зазначити, що поділ ввічливості на “негативну” та “позитивну” у П. Браун та С. Левінсона [Brown] відрізняється від відповідних термінів у працях Дж. Ліча [11, с. 10].

Згідно з теорією “обличчя” мовленнєві акти можна класифікувати залежно від того, зберігають вони “обличчя” чи загрожують йому, – відповідно, виділяються „акти, що загрожують “обличчю” (*face threatening acts, gesichtsbedrohende Akte*) та „акти, що захищають “обличчя” (*face saving acts, gesichtsbeschützende Akte*) [15, с. 38].

П. Браун та С. Левінсон вважають, що якщо мовець бачить потребу у виконанні комунікативного акту, що загрожує “обличчю”, він користується однією з декількох можливостей. Комунікативний акт, що загрожує “обличчю”, може виконуватися явно (*on record*) або приховано (*off record*). У тому випадку, якщо комунікативний акт виконується явно, мовець може застосовувати подальшу корекцію “обличчя” співрозмовника, або відмовитися від цієї можливості – діяти зовсім явно (*bald on record*) [6, с. 69]. Й. Мейбауер відзначає, що випадки, коли мовець діє *bald on record*, стосуються військових наказів, волення про допомогу і т.д. – це „мовленнєві акти, що потребують швидкості, ясності та однозначності” [15, с. 115], а у звичайному спілкуванні таких мовленнєвих актів, як правило, уникають, оскільки вони загрожують “обличчю”.

Засобом корекції “обличчя” П. Браун та С. Левінсон вважають ввічливість – відповідно, позитивну та негативну. Корекція для них – це спроба “протидіяти потенційній небезпеці для обличчя <...> у тому, щоб зрозуміло висловити своє небажання та відсутність наміру зашкодити обличчю (співрозмовника)” [6, с. 70].

Методологічна проблема полягає у тому, що П. Браун і С. Левінсон розглядають стратегії ввічливості як спробу пом’якшити мовленнєвий акт, що загрожує “обличчю” – відповідно, стратегії позитивної ввічливості пом’якшують мовленнєві акти, що загрожують позитивному “обличчю”, а стратегії негативної ввічливості пом’якшують мовленнєві акти, що загрожують негативному “обличчю” [6, с. 17–18].

Проте емпірично орієнтовані дослідники зазначають, що існують мовленнєві акти, орієнтовані одночасно і на позитивне, і на негативне “обличчя” [5, с. 36]. Крім того, мовленнєві акти, що за-

грожують, наприклад, позитивному “обличчю”, можуть нівелюватися мовленнєвими актами, спрямованими на негативне “обличчя” і навпаки [5, с. 94].

У деяких лінгвістів, зокрема у Т.В. Ларіної, ввічливість пов’язана не лише зі спробою захистити “обличчя” комунікантів (ввічливість як прагнення не дозволити “обличчю” знизитись), але й зі спробою підвищити “обличчя” навіть за відсутності супутніх актів, що загрожують “обличчю” (ввічливість як прагнення підвищити “обличчя”) [1].

Ми поділяємо погляд Т.В. Ларіної щодо того, що ввічливість необов’язково пов’язана з актами, що загрожують “обличчю”, і розглядаємо стратегії ввічливості як прагнення покращити “обличчя” у незалежності від того, чи існує небезпека його погіршення.

При відділенні ввічливості від актів, що загрожують “обличчю”, відповідні стратегії розглядаються як такі, що базуються на протилежних діях – зближенні та віддаленні. Стратегії позитивної ввічливості використовуються для того, щоб зменшити дистанцію між мовцем і адресатом. З іншого боку, у рамках ввічливого спілкування необхідно також поважати особисту автономію комунікантів, і саме для цього використовуються стратегії дистанціювання [6]. Т.В. Ларіна пропонує використання термінів “ввічливість зближення” і “ввічливість віддалення”, оскільки вони “підкреслюють полярність цих стратегій, вказують на їх головну функцію і не містять при цьому оцінних конотацій” [2, с. 124], проте ми надаємо перевагу використанню термінів „позитивна” і „негативна” ввічливість, адже вони є більш поширеними як у вітчизняних, так і у зарубіжних дослідженнях ввічливості у комунікації.

Відповідно, вважаємо акти, що захищають “обличчя”, мовленнєвою реалізацією стратегій ввічливості. Вони можуть вживатися як спроба нівелювати акти, що загрожують “обличчю”, або самостійно, як спроба покращити “обличчя”.

Під час спілкування комуніканти прагнуть зберегти як своє власне “обличчя”, так і “обличчя” співрозмовника. У цьому теорії Е. Гоффмана та

П. Браун і С. Левінсона розходяться: за Гоффманом, мовець більше опікується власним “обличчям”, а згідно теорії П. Браун і С. Левінсона, мовець більше піклується про “обличчя” адресата.

Деякі дослідники навіть вважають, що “усе людське спілкування включає роботу з обличчям, навіть якщо воно не є ввічливим” [3]. Згідно з позиціями соціального конструктивізму, на яких базується і когнітивно-комунікативна парадигма, “обличчя” розглядається як відносно та інтеракційна: “Обличчя – скоріше відносний, ніж індивідуальний феномен, у обличчі постає соціальна самість, що підтримується у стосунках з іншими, <...> (це) інтеракційне досягнення у розмові та невербальній взаємодії, що включає зближення та віддалення між людьми” [3].

Відповідно, постає онтологічна проблематизація “обличчя”, адже досліднику варто визначитися з тим, як саме у його розумінні поняття “обличчя” цей феномен існує, коли він існує, ким він створюється, та чи може він змінюватися. Якщо за Е. Гоффманом “обличчя” надається індивіду суспільством [7, с. 10], а за П. Браун і С. Левінсон формується потребами індивіда, то за Е. де Кадтом воно створюється мовцем і слухачем сумісно [10, с. 176]. Ще радикальніше змінює зміст поняття “обличчя” М. Теркурафі, яка вважає, що “обличчя” існує лише під час комунікації, воно виникає і видозмінюється виключно у інтеракції і зникає, коли інтеракція завершується [19]. Як зазначає Д. Бусфілд, “ми відходимо від класичного (П. Браун і С. Левінсон) розуміння “обличчя” як відначального статичного моноліту, який може зазнавати загроз, шкоди, покращення чи підтримки, який створюється у свідомості і проектується індивідом у інтеракційний простір учасників комунікації, і рухаємось у напрямку мінливішої концептуалізації “обличчя”, за якої “обличчя” є динамічним і мобільним, воно створюється, посилюється або послаблюється у (часто розширеній) інтеракції” [5, с. 39]. У його розумінні цього феномену “обличчя” конструюється під час спілкування, проте індивід вступає у комунікацію вже з певними очікуваннями стосовно “роботи з обличчям”.

Ще одна проблема, пов’язана з використанням теорії “обличчя” у дослідженні стратегічного спілкування, – проблема культурологічна. І досі не вщухають наукові дискусії з приводу релевантності поняття “обличчя” для дослідження комунікації у лінгвокультурах, де цінними є не потреби окремих індивідів, а переважають потреби групи, на відміну від західних культур, де індивідуалізм є культурною цінністю [13; 16].

Якщо П. Браун та С. Левінсон пропонують універсальний підхід до вивчення ввічливості, то прихильники релятивістської концепції наполягають на необхідності методологічного зсуву від вивчення універсалій ввічливості до дослідження культурних особливостей, які знаходять втілення у різних лінгвістичних виявленнях ввічливості [240]. Дослідники східних лінгвокультур, такі як С.-М. Лі-Вонг [12], Й. Гу [9], Л. Р. Мао [13] та Й. Мацумото [14] на основі даних емпіричного аналізу стверджують, що у відповідних дискурсах “робота з обличчям” базується у першу чергу на потребі індивідів ствердити своє місце у соціальній ієрархії.

Так, Л. Р. Мао зазначає, що “останні дослідження довели, проте, що теорія П. Браун та С. Левінсона має стосуватися дискурсивної поведінки й у інших не-західних культурах, де комунікація визначається не індивідуалізмом, а груповою ідентичністю <...>, чи де ввічливість пов’язана з іншим моральним значенням чи нормативними цінностями <...>, чи де ввічливість значно відрізняється від західних соціально-психологічних передумов комунікації мовців та мовленнєвих стратегій. Ці <...> емпірично орієнтовані дослідження <...> підривають твердження П. Браун та С. Левінсона щодо універсальності їхньої <...> моделі” [13, с. 452].

Відповідна проблема знімається визнанням того, що у різних культурах такі аспекти “обличчя”, як позитивне і негативне мають різну значимість. Крім того, існує точка зору, відповідно до якої позитивне і негативне “обличчя” – не єдині аспекти цього поняття, можливі й інші потреби, на яких базуються очікування комунікантів залежно від відповідної лінгвокультури або комунікативної ситуації [5]. Досліджуючи стратегії ввічливості

і невивчливості у німецькомовному дискурсі, вважаємо, що такі критичні зауваження нерелевантні, адже німецькомовна лінгвокультура є західною і не передбачає нагальної потреби до ствердження свого місця у соціальній ієрархії. Дослідники західних лінгвокультур, навіть приймаючи тезу про те, що існують й інші аспекти “обличчя”, визнають той факт, що позитивне та негативне “обличчя” є найістотнішими. Так, останнім часом у лінгвістичних дослідженнях вивчливості та невивчливості набуває популярності модель “обличчя”, запропонована Г. Спенсер-Оаті, за якою “обличчя” є мультиаспектним феноменом, проте два основних його аспекти корелюють з описаними П. Браун та С. Левінсон – це “якісне обличчя” (*quality face*), що базується на потребі індивіда у тому, щоб його сприймали позитивно, та “обличчя соціальної ідентичності” (*social identity face*), що базується на потребі індивіда у тому, щоб його поважали та приймали у його соціальних ролях. Ці аспекти, на думку дослідниці, пов’язані з соціальними правами – “правами рівності” (*equity rights*), що базуються на бажанні індивіда, щоб до нього ставилися справедливо і не принижували його, та “правами на близькість” (*association rights*), що базуються на бажанні індивіда мати позитивні стосунки з іншими людьми [18].

Проте з урахуванням специфіки комунікативних ситуацій у інтернет-просторі, де ведеться “робота з обличчям”, ця проблема постає у новому ракурсі.

Інтернет-дискурс ми визначаємо як мисленнєво-комунікативний феномен, процес і результат мовленнєвої діяльності інтернет-користувачів, що у гіпертрофованому вигляді відбиває загальні характеристики сучасної західної культури постмодерну: нівелювання авторства, зняття протиставлення суб’єкта і об’єкта, чоловічого та жіночого, центру і периферії, сприйняття світу як тексту, цитатність, шизоїдну розщепленість користувача, нівелювання норм і цінностей, плюралізм, ігровість, несерйозність. Вважаємо, що специфіка “роботи з обличчям” у інтернет-просторі переважною мірою залежить від вказаних характеристик.

Загалом, дослідники інтернет-комунікації наголошують на тому, що “робота з обличчям” у віртуальному просторі виконується не так, як у реальному спілкуванні через “редукцію рівня реальності дискурсу” [4]. Х. Байс пропонує для позначення “обличчя” користувачів термін “лінія” (*line*) – “послідовність текстових внесків (дискурсивних актів), за допомогою яких користувачі висловлюють свої погляди на ситуацію і свою оцінку учасників комунікації, у першу чергу себе” [4].

Ми вважаємо за недоцільне розмежування покращення реального “обличчя” користувача та віртуального “обличчя” користувача (“лінії”) узв’язку з неможливістю у інтернет-просторі апелювання користувачів до їх реальної особистості з одного боку, та безпосередньої пов’язаністю, хоча й не ідентичністю, реальної та віртуальної особистостей користувачів, з іншого.

На наш погляд, вивчаючи “роботу з обличчям” у інтернет-просторі, необхідно враховувати наступне:

1. “Внутрішнє обличчя” користувача, його потреба зближення з іншими (“позитивне обличчя”) та потреба свободи від примусу (“негативне обличчя”), залишається наріжно незмінним, хоча у певний момент комунікації та чи інша потреба буде превалювати. Ми не вважаємо за доцільне вводити інші аспекти “внутрішнього обличчя”, які базувалися б на інших потребах користувача.
2. Через шизоїдну розщепленість користувача у інтернет-просторі кількість його “зовнішніх облич” – віртуальних “облич” – залежить від його бажання створювати ці “обличчя” і фактично обмежена.
3. Кожне “зовнішнє обличчя” користувача, образ, що створюється у свідомості його співрозмовників, є мінливим. Користувач вперше вступає у комунікацію з певним співрозмовником зі своїми очікуваннями щодо того, як буде вестися “робота з обличчям”. У процесі комунікації “обличчя” співрозмовників змінюються ними спільно і цей процес триває доти, доки підтримується їх спілкування.
4. Через текстоцентричність спілкування у інтернет-просторі “робота з обличчям” ведеться

ся переважною мірою на вербальному рівні за допомогою мовленнєвих актів, що загрожують “обличчю” або, навпаки, покращують “обличчя”.

5. Аналізуючи реалізацію стратегій ввічливості та неввічливості у інтернет-просторі, дослідник має враховувати “внутрішні обличчя” мовця та адресата, простежувати їх роботу з “зовнішнім обличчям” один одного та вплив на комунікативну ситуацію інших учасників комунікації (за умови полілогу) та спостерігачів (можливість наявності яких обумовлена відкритістю інтернет-комунікації), які теж мають свої “зовнішні” та “внутрішні” “обличчя”.

Перспективи дослідження вбачаємо у використанні критично переосмисленої теорії “обличчя” у емпіричному аналізі реалізацій стратегій ввічливості і неввічливості у інтернет-дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах : монография / Т.В. Ларина. – М. : Изд-во РУДН, 2003. – 315 с.
2. Ларина Т.В. Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект / Т.В. Ларина // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – С. 116–133.
3. Arundale R. Face as relational and interactional: Alternative bases for research on face, facework, and politeness [Електронний ресурс] / R. Arundale // Режим доступу до журн. : <http://webhost.ua.ac.be/tisp/papers.php>.
4. Bays H. Framing and face in Internet exchanges: A socio-cognitive approach [Електронний ресурс] / H. Bays // Режим доступу до журн. : www.linguistik-online.org.
5. Bousfield D. Impoliteness in Interaction / D. Bousfield. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2008. – 282 p.
6. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc. : CUP, 1987. – 345 p.
7. Goffman E. Interaction Ritual / E. Goffman. – NY : Enchor Books, 1967. – 270 p.
8. Grice H.P. Logic and conversation / H.P. Grice // Syntax and Semantics. – NY : Academic Press, 1975. – P. 41–58.
9. Gu Y. Politeness phenomena in modern Chinese / Y. Gu // Journal of Pragmatics. – 1990. – № 14 (2). – P. 237–257.
10. Kadt E. de. The concept of face and its applicability to the Zulu language / E. de Kadt // Journal of Pragmatics. – 1998. – № 29. – P. 173–191.
11. Leech G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – London, NY. : Routledge, 1983. – 250 p.
12. Lee-Wong S.-M. Politeness and Face in Chinese Culture / S.-M. Lee-Wong. – Frankfurt : Peter Lang, 1999. – 344 p.
13. Mao L. R. Beyond politeness theory: “Face” revisited and renewed / L. R. Mao // Journal of Pragmatics. – 1995. – № 24. – P. 451–486.
14. Matsumoto Y. Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese / Y. Matsumoto // Journal of Pragmatics. – 1988. – № 12 (4). – P. 403–426.
15. Meibauer J. Pragmatik / J. Meibauer. – Tübingen : Stauffenburg, 2001. – 208 S.
16. Meier A.J. Passages of politeness / A.J. Meier // Journal of Pragmatics. – 1995. – № 24. – P. 381–392.
17. O’Driscoll J. About face: A defense and elaboration of universal dualism/ J. O’Driscoll // Journal of Pragmatics. – 1996. – № 25(1). – P. 1–32.
18. Spencer-Oatey H. Theories of identity and the analysis of face / H. Spencer-Oatey // Journal of Pragmatics. – 2007. – № 39(4). – P. 635–786.
19. Terkourafi, M. Toward a unified theory of politeness, impoliteness and rudeness / M. Terkourafi. // Impoliteness in language: studies on its interplay with power in theory and practice. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2008. – P. 45–74.